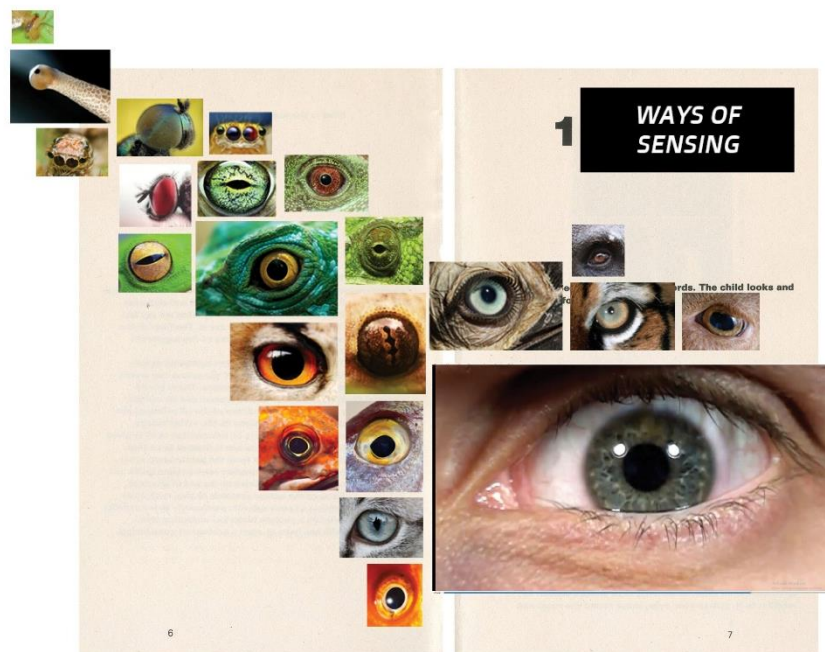


Suite à l'annulation des Rencontres d'Arles, BMW Art & Culture, mécène engagé, adapte ses projets en créant de nouveaux dispositifs.



- Pour présenter le travail réalisé par Lewis Bush pendant la Résidence BMW à GOBELINS, une visite virtuelle de « Ways of Seeing Algorithmically », présentant une expérience de la vision par ordinateur restituée en réalité augmentée, a été développée et sera accessible dès le 10 juillet.
- BMW est partenaire d'HEXAGONE, une exposition de photographies d'Éric Bouvet et de Yan Morvan. L'exposition sera présentée en Gare de Lyon et Avignon TGV.

Paris. BMW est partenaire des Rencontres d'Arles depuis 2010. En raison de la crise sanitaire, le festival ayant dû être annulé cette année, BMW mécène engagé a souhaité maintenir les expositions dans lesquelles il est impliqué sous de nouveaux formats innovants.

La Résidence BMW présente « Ways of seeing algorithmically, John Berger reloaded » de Lewis Bush.

La Résidence BMW, une carte blanche, dédiée à l'innovation photographique et la transmission, offerte à des talents contemporains.

Communication et relations publiques

L'exposition de Lewis Bush « Ways of seeing algorithmically, John Berger reloaded » qui devait avoir lieu au cloître Saint Trophime à Arles sera visible sous forme d'une visite virtuelle et d'une web app à partir du 10 juillet 2020.

Dans un environnement digitalisé aux résonances arlésiennes, la Résidence BMW présentera les recherches de Lewis Bush sur la digitalisation des images, la vision machine et l'intelligence artificielle documentés par des interviews, textes, images et surtout une expérience de la vision par ordinateur restituée en réalité augmentée via une web-app, au cœur du projet de Lewis. Œuvre à part entière, la relecture du livre original de John Berger « Ways of seeing » a été imaginée par Lewis Bush en collaboration avec les étudiants de GOBELINS, l'école de l'image.

Lewis crée un livre virtuel qui montre la lecture qui en est faite par un ordinateur. Pensée comme un collage numérique superposant le réel et le virtuel, l'ancien et le contemporain, la solution proposée par Blinkl qui a réalisé le projet réinvente le livre photographique en tant qu'objet.

L'accès à la visite sera disponible dès le 10 juillet à l'adresse : <https://www.bmw.fr/laureat2019>

Une fois connecté au site, depuis un ordinateur ou une tablette, une introduction au concept permet de facilement vivre l'expérience augmentée à l'aide d'un smartphone.

Le travail de Lewis Bush sera aussi visible cet été à la Fisheye Gallery à Arles du 15 juillet au 31 août 2020.

Les visiteurs pourront découvrir les coulisses de la Résidence BMW dans un film réalisé au cours de la résidence de Lewis à GOBELINS l'école de l'image, la web-app permettant de « mettre à jour » l'édition originale de John Berger Ways of seeing.

Ways of Seeing, de John Berger, a exploré ce que signifie de voir le monde, en particulier à travers la façon dont les influences de l'art classique ont façonné l'appréhension de notre univers. Lewis Bush utilise la technologie de réalité augmentée pour mettre à jour le livre mythique de John Berger. Au départ, émission créée pour la BBC, Ways of Seeing a ensuite fait l'objet d'un livre, depuis vendu à des millions d'exemplaires et traduit dans 12 langues dont le français avec le titre « Voir le voir ».

Le livre « Ways of seeing algorithmically » à paraître en septembre 2020

Les éditions Trocadéro et BMW coéditent chaque année un ouvrage présentant le fruit du travail mené par le lauréat pendant sa résidence à GOBELINS, l'école de l'image.

Le livre « Ways of Seeing Algorithmically » de Lewis Bush, sous la forme d'un essai, est le neuvième ouvrage de la collection BMW Art & Culture.

Préfacé par Vincent Salimon, président du directoire de BMW Group France, le livre s'ouvre sur une introduction de François Cheval, directeur artistique de la Résidence BMW ; suit un essai illustré de Lewis Bush en continuité de l'œuvre de John Berger parue en 1972 Ways of Seeing aux éditions Penguin Books Ltd.

Il est présenté sous une jaquette Kraft souple quatre volets.

Ways of Seeing Algorithmically de Lewis Bush - Résidence BMW à GOBELINS, l'école de l'image. Éditions Trocadéro / BMW Art et Culture - Parution : septembre 2020

Prix : 29€ - Format : 20 x 25,6 cm - 80 pages, 23 illustrations n/b, français / anglais

ISBN : 979-10-94965-17-7

BMW partenaire du projet HEXAGONE d'Éric Bouvet et de Yan Morvan.

L'exposition HEXAGONE devait se tenir dans le cadre de l'édition 2020 des Rencontres d'Arles a été annulée en raison de la crise du COVID-19.

Le travail de Yan Morvan et d'Éric Bouvet fera l'objet d'une exposition inédite proposée en exclusivité par les Rencontres d'Arles et SNCF Gares & Connexions, à Paris Gare de Lyon et Avignon-TGV.

Les photographes Éric Bouvet et Yan Morvan présentent 80 portraits de Françaises et de Français à travers une campagne photographique menée pendant deux ans sur le territoire. 60 000 km parcourus dans l'Hexagone par les deux photographes, chacun au volant d'une BMW X4 qui leur a ainsi permis de mener à bien leur projet en sillonnant la France. Le regard spécifique de chacun des photographes propose une approche différente des français.

Ils ont effectué, en parallèle des prises de vue destinées à l'exposition, un making-of pour BMW montrant les coulisses des prises de vues ; ces rencontres uniques avec des femmes et des hommes, des paysages et sites variés, illustrant la richesse de leur parcours.

Les deux photographes ont tenté de comprendre ce qu'était « être français aujourd'hui ? », voici quelques réponses :



Lionel Bomayé dit « Kizo », animateur de quartier à la Cité de la Grande Borne à Grigny :

« Je suis né en France donc ce n'est pas que je me sens français, je suis français parce que je suis né en France. Je suis citoyen français, quand je dis citoyen, je contribue à une évaluation dans les quartiers, j'apporte mon savoir-faire, une connaissance, je partage. Être français c'est partager ».

Lionel Bomayé dit « Kizo » – Yan Morvan.



Marie-Annick Brule, ingénieure d'essais au centre d'essais techniques internationale BMW de Miramas : « Pour moi être française c'est être ouverte au monde, à sa multiplicité. C'est être créative et innovante, c'est trouver de nouvelles voies à explorer, de nouvelles idées à accueillir et faire grandir. C'est participer à créer un monde où chacun et chacune trouvera sa place »

Marie-Annick Brule – Yan Morvan.



Cindy Jeudy, Dame Marieuse, château de Vitry-La-Ville :« Je suis gourmet, j'adore manger, j'adore le vin blanc. En tant que champenoise j'adore le champagne. Donc je pense que je suis française parce que j'aime manger ».

Cindy Jeudy – Yan Morvan



Alexis, Paul et Thierry Choquard nés à Boulogne-Billancourt et Cagnes sur mer. Thierry : « Fier d'être français surtout quand on voyage à l'étranger, l'on se rend compte de ce que cela veut dire. Ne pas avoir peur de le revendiquer. Du coup être irréprochable durant ces voyages puisque l'on représente ce pays. »

Alexis, Paul et Thierry Choquard – Eric Bouvet.

Retrouvez ces histoires sur le compte Instagram BMW Art et Culture :

[@bmwgroupculture_fr](https://www.instagram.com/bmwgroupculture_fr)

https://www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard
Communication Corporate
BMW Group France
+ 33 1 30 03 19 41
maryse.bataillard@bmw.fr

Chantal Nedjib
L'image par l'image
Tel : 06 40 23 65 10
cnedjib@chantalnedjibconseil.com

Maud Prangey
Attachée de presse
06 63 40 54 62
mprangey@gmail.com

Communication et relations publiques

BMW Group mécène des arts.

BMW soutient plus de 100 projets culturels dans le monde entier, dans l'art moderne et contemporain, le jazz et la musique classique, ainsi que dans l'architecture et le design, contribuant ainsi à la diffusion de la connaissance et des arts.

Dans chacun de ses partenariats, BMW Group garantit une liberté absolue aux artistes, car celle-ci est aussi essentielle à l'aboutissement d'un travail artistique novateur qu'à l'émergence d'innovations majeures dans une entreprise prospère.

L'histoire a commencé en 1972, quand trois très grandes peintures "Rot", "Gelb" et "Blau" furent commandées à l'artiste Gerhard Richter pour le siège de BMW Group à Munich.

Durant cette période, BMW initia avec Hervé Poulain la collection des BMW Art Cars, réalisée par des artistes modernes et contemporains de renommée internationale, tels qu'Alexander Calder, Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Robert Rauschenberg, Olafur Eliasson ou Jeff Koons. Fin 2016, la 19ème BMW Art Car de John Baldessari fut présentée à Art Basel Miami Beach et se classa 8ème du classement GTLM aux 24 heures de Daytona (USA). En 2017, la BMW Art Car, réalisée par l'artiste multimédia chinoise, Cao Fei, fut présentée à Pékin et courut en novembre aux 24 Heures de Macao.

BMW soutient des musées et prix, tels que la Munich Academy of Fine Arts, le Goethe-Institut, le "Premio de Pintura" en Espagne, la Biennale de Berlin, le Tate Modern à London, où BMW a créé le "BMW Tate Live".

De plus, les partenariats avec des foires internationales se sont intensifiés ces dernières années : aux côtés de l'abc (art berlin contemporary), du Gallery Weekend Berlin et de la Biennale de Berlin, BMW coopère, entre autres, avec Art Basel à Bâle, Miami Beach et Hong Kong, la Frieze Art Fair et les Frieze Masters à London et à New York, Paris Photo, Kyotography, la Korea International Art Fair et la Biennale de Kochi-Muziris en Inde.

Depuis 2015, Art Basel et BMW soutiennent des artistes émergents à travers le BMW Art Journey, qui permet au lauréat de faire un voyage autour du monde tourné sur la découverte et la création.

La 5ème édition du « BMW Art Guide by Independent Collectors » publiée en 2019 présente 270 collections privées dans 45 pays et 196 villes, offrant chacune une expérience unique.

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2019, BMW Group France a immatriculé 85 909 automobiles des marques BMW et MINI et 17 791 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme 15 modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. Depuis plus de 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2019, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 520 000 automobiles et plus de 175 000 motos. En 2019, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,118 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 104,21 milliards d'euros. Au 31 décembre 2019, les effectifs de BMW Group étaient de 126 016 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

**BMW
GROUP**

Communication et relations publiques

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw



Rolls-Royce
Motor Cars Limited